

**Schlussprüfung 2021**  
**Allgemeinbildung**  
**Lernbereich Sprache und Kommunikation**

**3**



Name und Vorname: \_\_\_\_\_

Beruf und Klasse: \_\_\_\_\_

Lehrperson ABU: \_\_\_\_\_

Rotkorrektur Experte/in: \_\_\_\_\_

Grünkorrektur Experte/in: \_\_\_\_\_

Erreichte Punktzahl	Maximale Punktzahl	Note
	<b>49</b>	

*Gesundheitlich-Soziale Berufsfachschule Olten  
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Grenchen  
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Olten  
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Solothurn  
Informatikschule Olten  
Zeitzentrum Grenchen*

## Einleitung

Liebe Lernende

An der Schlussprüfung im Lernbereich «Sprache und Kommunikation» befassen Sie sich mit folgendem aktuellen Thema:

**Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ~\\_(\ツ)\\_/~**

Für die vollständige Bearbeitung der Prüfung stehen Ihnen **70 Minuten** zur Verfügung.

Prüfungsübersicht				
Nr.	Aufgabenart	Seite	Punkte	Richtzeit
1.	Textverständnis/Synonyme und Antonyme	3	12	20'
2.	Grafik analysieren und interpretieren	8	8	15'
3.	Anfrage per Mail	10	10	10'
4.	Sprachnormen: Rechtschreibung und Grammatik	12	9	10'
5.	Stellungnahme, eigene Meinung	14	10	15'
	<b>Total</b>		<b>49</b>	<b>70'</b>

**Nachteilsausgleich: 13 Punkte für Sprachnormen (2P bei Nr. 3 und 5, sowie 9P bei Nr. 4)**

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Ihre Lehrpersonen

## Aufgabe 1a Einen Text lesen und verstehen

Der folgende Text «Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: 😏» bildet die Grundlage dieser Prüfung. Der Text darf von Ihnen bearbeitet werden. Das heisst, Sie können zum Beispiel markieren, unterstreichen, übermalen und/oder Randbemerkungen anbringen.

- Lesen Sie den folgenden Artikel aufmerksam durch und bearbeiten Sie anschliessend die Aufträge.

1 **Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer\* so: 😏**

2 **Werden junge Schweizerinnen und Schweizer gefragt, was sie politisch**  
3 **motivieren würde, antworten viele: Influencer. Diese halten sich aber mit**  
4 **politischen Aussagen auf ihren Kanälen sehr zurück. Warum haben die**  
5 **Influencer Angst vor der eigenen Macht?**

\* Als **Influencer** (von englisch to influence, beeinflussen) werden Personen bezeichnet, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in sozialen Netzwerken als Träger für Werbung und Vermarktung in Frage kommen und so die Meinungsbildung immer stärker beeinflussen.

6 Es ist Montagnachmittag, der 23. September 2019, Bundeshaus in Bern.  
7 Der Luzerner FDP-Ständerat Damian Müller kleidet sich heute in einen ma-  
8 rineblauen Anzug. «Wir sind vermutlich die erste Generation, die den Kli-  
9 mawandel im Alltag tatsächlich spürt», sagt er. «Und wir sind vielleicht die  
10 letzte Generation, die tatsächlich wirksame Massnahmen gegen den Treib-  
11 hausgasanstieg ergreifen kann». Fast zeitgleich fragt Lionel Battegay auf Youtube, bekannt geworden als  
12 «Ask Switzerland», ins Mikrofon: «Wie viele Male hat die Zahl 100 in 1000 Platz?» – «Gar nicht?», sagt ein  
13 Mädchen vorsichtig, und alle biegen sich vor Lachen.

14 Damian Müller, mit 51'550 Stimmen gewählt, 3068 Follower auf Instagram. Lionel Battegay, 0 Stimmen,  
15 dafür 17'800 Instagram-Followerinnen und rund 74'000 Menschen die seinen Kanal auf Youtube abonniert  
16 haben. Bei der FDP Schweiz sind es 551 Abonnenten.

17 Während sie im Bundeshaus über den Fortbestand der Menschheit debattieren, bieten Youtube und Insta-  
18 gram lustige Bilder und glatte Scherzchen. Dass zurzeit die Sommersession (31. Mai bis 18. Juni 2021) statt-  
19 findet? Kein Thema.

20 **Heute schon beeinflusst?**

21 Ob Politikerin oder Influencer, im Prinzip tun beide dasselbe: Als Meinungsmacher stehen sie für eine Sache  
22 ein und hoffen, ihre Mitmenschen davon überzeugen zu können. Ob diese Sache nun den persönlichen  
23 Werten entspringt oder den Köpfen der Geldgeber im Hintergrund, weiss man dabei nie so genau.

24 Und doch werden die Influencer eher belächelt als die Politiker. Weil sie sich auffällig inszenieren, weil sie  
25 sich doof stellen oder oberflächlich wirken. Viele ihrer Fans sind jung, gehören also zu dem Teil unserer  
26 Bevölkerung, den man am schwersten an die Urne bekommt. Warum also sollen Influencer nicht Werbung

27 für eine Nationalratskandidatin machen? Oder zumindest die Follower aufrufen, doch bitte wählen zu ge-  
28 hen? Ist das so abwegig?

29 Ja, weil sich Influencer nicht für Politik interessieren. Dieser Eindruck drängt sich jedenfalls auf, wenn man  
30 durch die Profile von Model Xenia Tchoumi und ihren Kollegen wischt. Die digitalen Meinungsmacher sind  
31 in erster Linie Unternehmer und erhalten dafür Geld von Firmen, um für deren Produkte zu werben. 8 Mil-  
32 liarden Dollar, so schätzt die Newssite «Business Insider», wurden im Jahr 2019 weltweit für das Marketing  
33 mit Influencern ausgegeben. In drei Jahren sollen es 15 Milliarden sein.

34 **Ja, schon, aber**

35 Eine politisch neutrale Organisation wollte mit Influencern und Promis eine Videokampagne machen, bei  
36 welcher sie in einem Satz erklären, wieso sie wählen gehen. Von 200 angefragten Personen haben sich nur  
37 die Musiker Lo und Leduc, die Bloggerin Carmen Segattini und der Youtuber Lionel Battegay dazu bereit  
38 erklärt. Die Hälfte der Prominenten habe sich gar nicht gemeldet, andere hätten abgesagt: Man äussere  
39 sich nicht politisch.

40 Lionel Battegay, der mit seinen Strassenumfragen unter dem Namen «Ask Switzerland» national bekannt  
41 wurde, macht keinen Hehl aus seiner politischen Positionierung. Er ist Mitglied der Jungfreisinnigen Basel-  
42 Stadt. «Es steht schlimm um die politische Bildung bei den Jungen», sagt Battegay. Das hätten ihm seine  
43 wöchentlichen Umfragen gezeigt. «Eine Katastrophe, für die ich auch die Politik in der Verantwortung  
44 sehe.» Die müsste auch den wenig verdienenden Menschen klarmachen, dass ihre Stimme etwas wert sei.  
45 «Und zwar genauso viel wie die des Bankers am Paradeplatz».

46 Vielleicht könnten die Influencer da ja helfen. Battegay findet: «Ja, schon, aber: Du bist total unpolitisch auf  
47 deinem Kanal und forderst mich dann auf, wählen zu gehen. Da frage ich mich doch: Hast du überhaupt  
48 eine Ahnung? Das weckt doch Misstrauen bei den jungen Leuten», sagt Battegay.

49 **Go vote or go home** (gehe wähle oder bleibe zu Hause) evt. sinngemäss: (wähle oder sage gar nichts)

50 Hat er recht mit dem Einwand? Geht es wirklich nur ganz oder gar nicht? Die USA beweisen: Das muss nicht  
51 so sein. Nirgends liegen Showbusiness und Politgeschäft näher beieinander. Megastars machen offen Poli-  
52 tik. Schon in den Neunzigerjahren rief Madonna in schiefem Gesang dazu auf, doch bitte wählen zu gehen.  
53 Filmstars, Sportlerinnen und Musiker werben so selbstverständlich für Schuhhersteller, wie sie es fürs Wäh-  
54 len tun. Sie sind eine Stimme in politischen Debatten oder tragen auch mal ein T-Shirt, das mit dem Kopf  
55 der Präsidentschaftskandidatin bedruckt ist.

56 In Deutschland hat der Youtuber Rezo in einem 55-minütigen Video die Regierungspartei CDU (und auch  
57 die SPD) 2019 in eine Sinnkrise gestürzt. Rezo, der davor nie politische Inhalte machte, liess die deutsche  
58 Politik kurz und heftig spüren: Hallo, ihr kennt uns nicht, aber wir haben Millionen Abonnenten und deshalb,  
59 wer hätte es gedacht, verdammt viel Einfluss. Und das auch politisch. Und so. Wenn wir Bock haben.

60 Das Rezo-Video mit seiner deutlichen Sprache und dem dringlichen Tonfall war aussergewöhnlich. Und da-  
61 mit eine von wenigen Ausnahmen. Es führte Politik und Medienbetrieb vor Augen, wie viel Meinungsmacht  
62 dort liegt, wo sie bislang kaum hingeschaut hatten. Sie mussten sogar erst mal googeln, wer dieser Rezo  
63 eigentlich ist.

64 Das löst grösstmögliche Irritation aus. Und wirft die Frage auf: Wieso fürchten sich Influencer davor, mit  
65 politischen Posts ihre Follower zu erschrecken, wo doch die Politiker offensichtlich die Influencer zu fürch-  
66 ten hätten?

67

*Quelle: Republik.ch, 11.10.2019, bearbeitet*

a) Entscheiden Sie, ob die Aussagen richtig oder falsch sind. Kreuzen Sie entsprechend an.

	Aussage	richtig	falsch
1	FDP-Ständerat Damian Müller und Youtuber Lionel Battegay sprechen fast zeitgleich über Umweltprobleme.		X
2	Politiker werden weniger belächelt als Influencer, weil sie sich kaum so inszenieren, aber trotzdem lustige Bilder und glatte Scherze posten.		X
3	Vor allem junge Anhängerinnen und Anhänger folgen Influencern.	X	
4	Die Newssite «Business Insider schätzt, dass die Unternehmen 2019 auf der ganzen Welt 8 Milliarden Dollar ausgegeben haben, um mit Influencern Werbung zu machen.	X	
5	Von den rund 200 angefragten Promis und Influencern haben bei der Videokampagne nur ein paar Dutzend Promis Videos gemacht.		X
6	In den USA können Influencer mehr Einfluss auf die Politik ausüben, weil sie meistens im Showbusiness und im Politgeschäft tätig sind.		X
7	Influencer und Promis in der Schweiz äussern sich in der Regel nicht öffentlich zu politischen Themen.	X	
8	Der Einfluss von Influencern auf die politische Meinungsbildung wird als gering eingeschätzt, auch wenn sie sich offen politischen Themen annehmen würden.		X

b) Was bezweckt der Autor des Berichtes, wenn er die Stimmen an Wahlen, die Anzahl Follower auf Instagram und die Zahl der Abonnenten des jeweiligen Youtubekanals von Damian Müller und Lionel Battegay vergleicht? (2P)

**Den Einfluss der Influencer aufzeigen, welchen diese in den sozialen Medien haben.**

c) Warum würde es laut Lionel Battegay bei den jungen Leuten Misstrauen wecken, wenn Influencer auf ihren Kanälen zum Wählen aufrufen würden? (2P)

**Bis jetzt waren Influencer sehr apolitisch. Auf einmal geben sie aber politische Statements ab?**

**Das passt nicht.**

**Alternativ aus dem Kontext: Sie werden für das Anpreisen von Produkten bezahlt. Da werden sie wohl auch für die politischen Plädoyers bezahlt.**

Für a) je ½ Punkt  
Für b) und c) je 2 Punkt  
Max. 6 Punkte

**Aufgabe 1b Synonyme (gleichbedeutendes Wort) und Antonyme (das Gegenteil)**

Finden Sie zu den ausgewählten Wörtern die Synonyme (gleichbedeutendes Wort)! Kreuzen Sie an. (3P)

Zeile	gesuchtes Wort	Auswahl		
17	debattieren	<input type="checkbox"/> präsentieren	<input checked="" type="checkbox"/> diskutieren	<input type="checkbox"/> gestikulieren
21	Prinzip	<input checked="" type="checkbox"/> Grundsatz	<input type="checkbox"/> Rechtsgrundlagen	<input type="checkbox"/> Faustregel
21-22	persönliche Werte	<input type="checkbox"/> eigene Formulierung	<input checked="" type="checkbox"/> eigene Haltungen	<input type="checkbox"/> eigene Rechnungen
24	inszenieren	<input type="checkbox"/> Szene auswählen	<input type="checkbox"/> über Szenen reden	<input checked="" type="checkbox"/> in Szene setzen
41	Hehl	<input type="checkbox"/> Deal	<input checked="" type="checkbox"/> Geheimnis	<input type="checkbox"/> Leere
59	Bock	<input type="checkbox"/> Zeit	<input type="checkbox"/> Werkbank	<input checked="" type="checkbox"/> Lust

Formulieren Sie für die folgenden Begriffe aus dem Text ein Antonym (das Gegenteil). (3P)

Lösungen mit un- vor dem Wort = 0P (Beispiel: logisch → unlogisch)

Zeile	Wort aus Text	Antonym (Gegenteil)
Beisp.	logisch	sinnlos, unklar, unsinnig, sinnfrei, absurd
24	auffällig	subtil, dezent, unscheinbar, zurückhaltend
30	digital	analog
50	Einwand	Zustimmung

Erreichte Punktzahl: Textverständnis / Wortschatz und Antonym

/12

## Aufgabe 2 Eine Grafik analysieren und interpretieren



- a) Analysieren Sie die Grafik:
- Formulieren Sie *eine wesentliche Aussage in 1-3 Sätzen*, die in dieser Grafik enthalten ist.
  - Geben Sie bei der Aussage zusätzlich das *Thema* und die *Quelle* der Grafik an.
  - Formulieren Sie aussagekräftige und vollständige Sätze.
- b) Nennen Sie 2 Argumente zur Aussage in Aufgabe b) (nächste Seite).
- Formulieren Sie aussagekräftige und vollständige Sätze.

### a) Analyse

Aussage:

**Zahlreiche Aussagen sind möglich. Darauf achten, dass relevante Aussagen gemacht werden und dass einmal Thema der Grafik und Quelle genannt wird.**

**Tiefergehende Interpretation werden inhaltlich mit 1½, oberflächliche bloss mit ½ Punkt bewertet. Im Ermessen der Lehrperson.**

**Mögliche Aussagen:**

**In der Grafik «Motivierende Akteure für politische Aktivitäten bei Jugendlichen aus der Schweiz» von Easyvote ist zu sehen, dass...**

**b) Interpretation**

Nennen Sie 2 Argumente, weshalb «Eltern oder andere erwachsene Verwandte» einen markant grösseren Einfluss auf die politischen Aktivitäten bei Jugendlichen aus der Schweiz haben als die anderen Einflussgruppen.

- Meinungen der Eltern prägen Lernende (politische Haltungen)**
- Zusammen verbrachte Zeit (Diskussionen, Auseinandersetzungen...)**
- Erziehungsfragen beeinflussen**
- Tischgespräche**
- Vertrauensverhältnis / Vorbildfunktion**
- Manipulation von politisch ehrgeizigen Eltern**

**Tiefergehende Interpretation werden inhaltlich mit 1½, oberflächliche bloss mit ½ Punkt bewertet. Im Ermessen der Lehrperson.**

**Korrekturhinweis:  
Verlangte Daten wie Thema und Quelle = 1P / für die Analyse 2P / pro Interpretation 2P**

Kriterien	Inhalte	mögliche Punkte	erreichte Punkte
a) Herkunft Datenmaterial und Thema Analyse	Herkunft des Datenmaterials und Thema der Grafik werden genannt.	1	
	Eine wesentliche Aussage zum Inhalt der Grafik	2	
	Vollständige Sätze	½	
b) Interpretation	Zwei aussagekräftige, nachvollziehbare Argumente	4	
	Vollständige Sätze	½	
Total		8	

Erreichte Punktzahl: Grafiken lesen und interpretieren

/8

### Aufgabe 3 Anfrage per Mail

Sie schreiben für eine Semesterarbeit über Politiker und Social Media. Dabei interessieren Sie sich aufgrund des Artikels «**Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ˘\\_(\\_)\\_/\\_˘**» vor allem für die mediale Arbeit vom Luzerner Damian Müller (FDP-Ständerat).

Nun möchten Sie Damian Müller treffen, um mit ihm über sein persönliches Engagement in den sozialen Medien zu sprechen. Verfassen Sie eine Mail an Damian Müller, in der Sie Ihr Anliegen erläutern. Senden Sie Ihre Mail an d.mueller@mail.ch.

Ihre Mail muss folgende Punkte enthalten:

- Beweggründe für Ihre Mail; Bezugnahme zu Artikel in republik.ch «Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ˘\\_(\\_)\\_/\\_˘»
- Bitte um ein Treffen inklusive Vorschlag für Zeitraum der Durchführung und voraussichtliche Dauer des Interviews
- Thema Gesprächsinhalte → Erfahrungen und Regeln zum Auftritt in sozialen Medien

Kriterien	Inhalte	mögliche Punkte	erreichte Punkte
Adressatenbezug	Ihre Mail ist inhaltlich klar, verständlich und höflich formuliert. Alle geforderten Punkte aus der Aufgabe sind enthalten.	6	
Formales	Formale Anforderungen an eine Mail werden eingehalten. Anrede, Grussformel, Betreff und Darstellung sind korrekt.	2	
Rechtschreibung/ Grammatik	Pro 2 Fehler ½ Punkt Abzug	2	
Total		10	

#### Korrekturhinweis

##### Adressatenbezug:

Je 1½P für Beweggründe, Bitte um Treffen, Thema Gesprächsinhalt

1P für klar und verständlich geschrieben

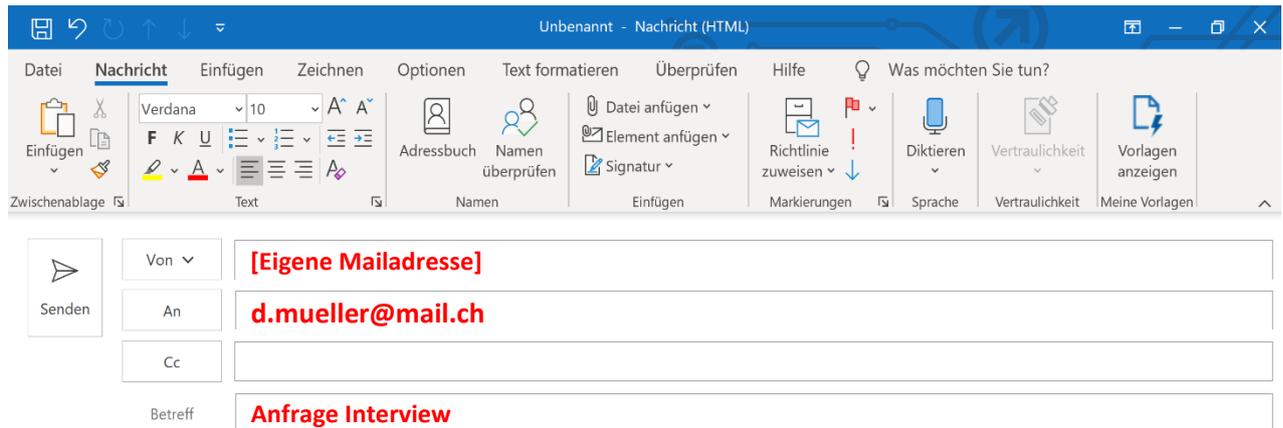
½P für höfliche Formulierungen

##### Formales:

Je ½P für Anrede, Grussformel, Betreff, Darstellung

Erreichte Punktzahl: Anfrage per Mail

/10



### **Mögliche Lösung:**

Sehr geehrter Herr Müller

Mit grossem Interesse habe ich auf republik.ch den Artikel «Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ˘\\_(ツ)\_/˘» gelesen. Da ich momentan eine Semesterarbeit zu Politikern und ihren medialen Auftritten schreibe, suche ich für ein Interview einen geeigneten Interviewpartner.

Wären Sie bereit, mir als Politiker rund um Ihren Social Media-Auftritt Auskunft zu geben? Das Interview dauert ca. 45 Minuten. In der Woche vom 15. bis am 20. Juli habe ich frei und könnte ich mich ganz nach Ihnen richten. Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie sich Zeit für mich nehmen würden. Dafür komme ich sehr gerne zu Ihnen nach Luzern.

Auf den sozialen Medien habe ich Sie bei Facebook und Instagram gefunden. Ich wäre Ihnen dankbar, wenn Sie mir angeben könnten, auf welchen weiteren Plattformen Sie sich bewegen. So kann ich Ihnen vorgängig meine Fragen zukommen lassen. Ich freue mich auf Ihre Antwort.

Freundliche Grüsse  
Hans Muster

#### Aufgabe 4 Sprachnormen: Rechtschreibung und Grammatik

- a) Im folgenden Text ist sprachlich noch nicht alles richtig.
- Setzen Sie die insgesamt **fünf** fehlenden Grossbuchstaben. (2½)
  - streichen Sie jeweils die falsche Variante durch (2½)

#### Wir wählen nicht!

Die Schweiz ist stolz auf ihre Demokratie. Nirgends in Europa aber bleiben mehr Leute den **U**rnern fern. Wer sind diese **Nichtwähler / nicht-Wähler**? Und ist das schlimm?

So ehrlich wie Enrico S. sind wenige. «Ich wähle aus zwei Gründen nicht: Faulheit und Gemütlichkeit», sagt der 24-jährige Techniker. Dazu sagt der Berner Politikwissenschaftler Markus Freitag in einem Interview: «Wer nicht wählen geht, gilt in der Schweiz nicht als guter Bürger». Bei Befragungen nach **W**ahlen wird deshalb geschummelt. Bis zu **drei Viertel / Dreiviertel** der Befragten geben an, sie hätten gewählt – doch weniger als die Hälfte tat es.

Viele sehen in der Wahlabstinenz ein grundsätzliches Problem. Politologe Freitag nicht. «Entscheidend ist, warum Leute nicht wählen.» Drei **U**mstände müsse man unterscheiden: Eine Person will nicht, weil es sie nicht interessiert. Eine Person kann nicht, weil sie sich nicht als sachkundig genug empfindet. Eine Person kommt mit dem Thema **P**olitik nicht in Berührung, weil sie **sozialisiert / sozial isoliert** ist. In den beiden letzten Fällen sei Wahlabstinenz problematisch, weil sie nicht aus freien Stücken geschehe.

Bei der 27-jährigen **B**üroangestellten Claudia M. besteht die Chance, dass sie **irgendwann / irgendwann** wählen wird. «Ich arbeite daran, mich mehr mit Politik zu befassen, damit ich lerne, hinter die Kulissen zu blicken und klug zu wählen.» Leute wie sie zu motivieren, müsse das Ziel sein, sagt Politologe Markus Freitag. Wenn der Techniker Enrico S. **hingegen / hin-gegen** zu faul zum Wählen bleibt, empfindet er das als weniger problematisch.

Quelle: Beobachter, 14.10.2019, abgeändert

Pro markierter Fehler ½ Punkt, max. 5 Punkte

max. 5 Punkte

Übung Grossschreibung: 2 ½ Punkte

Übung richtig/falsch: 2 ½ Punkte

Wenn eine Kandidatin/ein Kandidat mehr als 5 Markierungen (Grossschreibung) anbringt, wird ihr/ihm jeweils ab der 6. Markierung je ein ½ Punkt abgezogen.

Erreichte Punktzahl: a) Sprachnormen

/5

- b) Wir brauchen verschiedene Stammformen des Verbes, um die Vergangenheitsformen zu bilden. Vervollständigen Sie die Tabelle wie im [aufgeführten Beispiel](#). (4P)

Infinitiv	2. Stammform (Präteritum)	3. Stammform (Partizip II)
<i>fallen</i>	<i>er fiel</i>	<i>gefallen</i>
lassen	er <b>liess</b>	<b>gelassen</b>
zwingen	er <b>zwang</b>	<b>gezwungen</b>
speisen	er <b>speiste</b>	<b>gespeist / gespiesen</b>
schreien	er <b>schrie</b>	<b>geschrien</b>

**Korrekturhinweis: ½ Punkt pro richtige Nennung, max. 4 Punkte**

Erreichte Punktzahl: b, Stammformen

/4

## Aufgabe 5 Nehmen Sie Stellung

Wählen Sie eines der beiden Themen a) oder b).

- a) Schreiben Sie, weshalb Influencer sich in der Schweiz mehr für politische Anliegen einsetzen und den guten Draht zu den jungen Menschen nutzen sollen.
- b) Schreiben Sie, welchen negativen Einfluss es haben könnte, wenn sich in der Schweiz die Influencer wie in Amerika in die Politik einmischen würden.

Gehen Sie wie folgt vor:

1. Setzen Sie einen passenden Titel.
2. Stellen Sie in der Einleitung die Ausgangslage zum Einfluss der Influencer dar.
3. Formulieren Sie 2 nachvollziehbare Argumente zu Ihrer gewählten Fragestellung (a oder b).
4. Begründen Sie Ihre Argumente.
5. Verfassen Sie im Schlussabschnitt eine persönliche Schlussfolgerung (Fazit).
6. Ihr Text hat einen Umfang (Titel, Einleitung, Hauptteil, Schluss) von 130 bis 200 Wörter.

Kriterien	Inhalt	mögliche Punkte	erreichte Punkte
Titel	Passender Titel	1	
Aufbau/Gliederung	Einleitung – Hauptteil – Schluss klar ersichtlich	1	
Inhalt Verständlichkeit	Ausgangslage in der Einleitung zusammenfassen	1	
	Formulierung von 2 nachvollziehbaren Argumenten	2	
	Begründung zu Ihren Argumenten.	2	
	Persönliche Schlussfolgerung	1	
Rechtschreibung Grammatik	Pro 2 Fehler ½ Punkt Abzug	2	
Umfang	Abzug bei nicht eingehaltenem Umfang oder nur Stichworte	-2	
Total		10	

Aufgabe a oder b? \_\_\_\_\_

**Im Ermessen der Lehrperson**

Titel: sehr viel möglich, darauf achten, dass es zum Thema passt.

Aufbau: 3-teilig.

Inhalt: Volle Punktzahl für Argumente, wenn diese nachvollziehbar, klar begründet und unterlegt sind, plausible und persönliche Schlussfolgerung

---

Erreichte Punktzahl: Stellungnahme

/10
-----

**Schlussprüfung 2021**  
**Allgemeinbildung**  
**Lernbereich Sprache&Kommunikation**

**Notenskala 3. Lehrjahre**

<b>49 – 47</b>	<b>6</b>
<b>46.5 – 42</b>	<b>5.5</b>
<b>41.5 – 37</b>	<b>5</b>
<b>36.5 – 32</b>	<b>4.5</b>
<b>31.5 – 27</b>	<b>4</b>
<b>26.5 – 22.5</b>	<b>3.5</b>
<b>22 – 17.5</b>	<b>3</b>
<b>17 – 12.5</b>	<b>2.5</b>
<b>12 – 7.5</b>	<b>2</b>
<b>7 – 2.5</b>	<b>1.5</b>
<b>2 - 0</b>	<b>1</b>

## Schlussprüfung 2021

### Allgemeinbildung

### Lernbereich **Sprache&Kommunikation**

# Notenskala 3. und 4. Lehrjahre mit Nachteilsausgleich (ohne Rechtschreibung/Grammatik)

3 Lehrjahre		4 Lehrjahre	
36 – 34.5	6	46 – 44	6
34 – 31	5.5	43.5 – 39.5	5.5
30.5 – 27	5	39 – 34.5	5
26.5 – 23.5	4.5	34 – 30	4.5
23 – 20	4	29.5 – 25.5	4
19.5 – 16.5	3.5	25 -21	3.5
16 – 13	3	20.5 – 16.5	3
12.5 – 9	2.5	16 – 11.5	2.5
8.5 – 5.5	2	11 - 7	2
5 – 2	1.5	6.5 – 2.5	1.5
1.5 -0	1	2 - 0	1